

Ingeniería Comercial

“PRINTPRO S.R.L”

Alumnos:

**Noelia Beatriz Alfonzo Ramos
Fabio Rodrigo Hermosilla Agüero**

2018

Asunción – Paraguay

INDICE

Resumen Ejecutivo.....	12
Introducción.....	13
CAPITULO I	
1.1- Presentación.....	14
1.2- Requerimiento Jurídico.....	16
1.2.3- Constitución Jurídica.....	16
1.3- Costo de la Apertura.....	24
1.4- Localización.....	25
CAPITULO II	
2- Investigación de Mercado.....	26
2.1- Objetivo General de la Investigación.....	26
2.2- Objetivos de la Investigación.....	27
2.3- Diseño del Cuestionario.....	30
2.4- Determinación del Plan y Tamaño de la Muestra.....	36
2.5- Análisis de Datos.....	39
2.6- Conclusión de Análisis.....	49
CAPITULO III	
3- Lineamiento Estratégico.....	50
3.1- Macrosegmentación.....	50
3.1.1- Dimensión del Mercado.....	50
3.1.2- Mercado de Referencia.....	51
3.2- Microsegmentación.....	51
3.2.1- Segmento Objetivo.....	52
3.2.2- Ciclo de vida del producto.....	52
3.3- Análisis de la Demanda.....	54
– Cálculo de la Demanda Global.....	55
– Cálculo de Mercado Potencial absoluto.....	55
– Cuota de Mercado.....	55
– Proyección de Venta Año 1, mes por mes.....	56
– Proyección de Ventas a 5 años	60
3.4- “5” Fuerzas de Porter.....	62
3.5- Estrategia de la Matriz.....	67
3.6- Atributos de diferenciación.....	69
CAPITULO IV	
4- Plan de Marketing.....	70
4.1- Plan de marketing Año 1.....	70
4.2- Análisis de la Situación.....	70
– Matriz FODA.....	71
– Análisis Interno.....	72
– Análisis Externo.....	83
– Matriz de Interacción.....	88
4.3- Objetivos.....	91

Objetivos de Marketing.....	91
Objetivos de Ventas.....	92
4.4- Estrategias.....	92
4.5- Plan de acción.....	93
4.6- Resumen de la inversión.....	103
CAPITULO V	
5- Administración.....	104
5.1- Ápice estratégico.....	104
5.1.1- Declaración de la Visión.....	104
5.1.2- Declaración de la Misión.....	105
5.2- Plan de Administración.....	105
– Variables controlables.....	105
– Variables No controlables.....	107
– Matriz de Interacción.....	109
– Matriz FODA.....	101
5.2.1- Objetivos.....	112
5.2.2- Estrategias.....	112
5.2.3- Plan de acción.....	113
5.3- Estructura organizacional.....	116
5.3.1- Tipos de Estructura.....	116
– Estructura según Mintzberg.....	116
5.3.2- Organigrama.....	120
5.3.3- Layout.....	123
5.3.4- Manual de Funciones.....	126
5.3.5- Manual de Procedimientos.....	138
5.3.6- Fluxograma.....	143
5.3.7- Recursos Humanos.....	147
5.4- Análisis de Estructura de costos.....	155
– Materia Prima.....	156
– Insumos.....	156
– Necesidades de Inversión.....	158
CAPITULO VI	
6- Aspectos Económicos.....	159
6.1- Producto Interno Bruto.....	159
6.2- Comercio Exterior en Paraguay.....	160
6.3- Exportaciones.....	160
6.4- Importaciones.....	161
6.5- Balanza comercial.....	161
6.7- Reserva Monetaria.....	162
6.8- Déficit.....	163
6.9- Inflación.....	165
CAPITULO VII	
7- Plan financiero de la Empresa.....	168
– Cuadros financieros.....	169
– Conclusión.....	190

Bibliografia.....	191
Anexos.....	192

RESUMEN

El trabajo de investigación que se presentara a continuación tiene como objetivo principal diseñar un plan de negocios para la creación de una Empresa dedicada al rubro de trabajos digitales, impresión, diseño, fotocopias y asesoramiento.

Para la determinación de la oportunidad del negocio que se ha propuesto, se realiza un análisis que evaluará todos los diferentes factores tanto internos como externos, que afectan a empresas de este rubro, también se realiza estudios de mercado, tanto técnicos como financieros que son muy necesarios para lograr conocer si conviene o no crear la empresa.

Mediante la utilización de herramientas como la encuesta, se puede establecer oferta que existe y demanda que actualmente se encuentra insatisfecha en el sector de trabajos digitales, se puede identificar al mismo tiempo clientes potenciales y sus necesidades actuales.

Mediante la realización del estudio técnico se logra determinar el tamaño, se establece la capacidad de instalar la empresa, su localización, los recursos tanto económicos como humanos y también tecnológicos.

Con la elaboración de la investigación de mercado y el estudio técnico, se puede establecer la inversión inicial para la creación de la empresa y tener una idea de la proyección de costos que se requiere.